**BAB II**

**KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

**2.1. Kajian Literatur**

**2.1.1. Review Penelitian Sejenis**

Review Penelitian merupakan kumpulan dari penelitian – penelitian sebelumnya yang dibuat oleh orang lain yang berkaitan dengan penelitian ini. Peneliti harus belajar dari peneliti lain, untuk menghindari duplikasi dan pengulangan penelitian atau kesalahan yang sama seperti yang dibuat oleh peneliti sebelumnya. Penelitian terdahulu dalam tinjauan pustaka memudahkan penulis dalam menentukan langkah-langkah yang sistematis dari teori maupun konseptual. Berikut ini adalah penelitian terdahulu yang menjadi acuan dan bahan referensi yang menunjang penulis untuk melakukan penelitian yaitu :

1. M. Rizki Ramadhan Leksono (142050515) Universitas Pasundan, judul penelitian “Fenomena Pengguna Bigo Live Dikalangan Mahasiswa Universitas Pasundan Bandung”. Penelitian ini memfokuskan mengenai Bagaimana Fenomena Bigo Live di Kalangan Mahasiswa Universitas Pasundan Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dalam studi fenomenologi. Dalam penelitian ini kesimpulan yang didapatkan yaitu pemahaman mengenai motif, tindakan dan makna dalam penggunaan aplikasi Bigo Live dikalangan mahasiswa Unpas Bandung.
2. Sriwulan Rahayu Putri (122050271), Fisip Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan Bandung, 2016 dengan judul “Fenomena Pengguna Musik *Online* Joox Di Kalangan Mahasiswa Fisip Unpas”. Dalam penelitian ini Sriwulan memfokuskan penelitiannya pada Bagaimana Fenomena Pengguna Musik Online JOOX di Kalangan Mahasiswa FISIP Universitas Pasundan?”. Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dalam studi fenomenologi. Kesimpulan yang didapat dalam penelitian ini adalah motif dari pengguna musik *online* joox merupakan aplikasi pada smartphone sebagai alat hiburan dan mengisi waktu luang, sedangkan tindakan dari pengguna musik online joox merupakan ajakan dari teman-teman dan menarik perhatian mahasiswa karena tampilan dan fiturnya yang membuat aplikasi ini banyak digemari, dan makna dari penelitian ini hampir semua memaknainya sebagai alat yang mudah untuk mendengarkan lagu dan mengafal lirik.

**Tabel 2.1. Review Penelitian Sejenis**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nama peneliti** | **Judul penelitian** | **Metode penelitian** | **Tujuan penelitian** | **Hasil penelitan** |
| 1. M. Rizki Ramadhan Leksono (142050515) Universitas Pasundan. | Fenomena Pengguna Bigo Live Dikalangan Mahasiswa Universitas Pasundan Bandung. | Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dalam studi fenomenologi. | Untuk mengetahui motif, tindakan, makna pada penggunaan aplikasi Bigo Live dikalangan mahasiswa Universitas Pasundan Bandung. | Menganalisis tentang masalah yang menjadi pokok bahasan di dalam skripsi ini menyangkut masing-masing subjek, dengan karakteristik, latar belakang subjek dan lain sebagainya. |
| 1. Sriwulan Rahayu Putri   (122050271)  Universitas Pasundan | Fenomena Pengguna Musik *Online* Joox Di Kalangan Mahasiswa Fisip Unpas | Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dalam studi fenomenologi | Untuk mengetahui motif, tindakan, makna pada pengguna Musik Online Joox Di Kalangan Mahasiswa Fisip Unpas | Fenomena pengguna musik *online* joox dapat dikatakan menjadi trend tersendiri bagi masyarajat terutama di kota-kota besar, seperti halnya di Bandung ini. Perkembangan teknologi dan aplikasi secara tidak sengaja mulai mempengaruhi kebiasaan sehari-hari. |

Terdapat keterkaitan dalam fokus ataupun metode dengan penelitian yang peneliti lakukan, namun tetap terdapat beberapa perbedaan dan aspek yang kurang dalam penelitian terdahulu diatas.

Secara umum, keterkaitan dalam mengkaji penelitian terdahulu terdapat pada kriteria keterkaitan subjek penelitian dan metode penelitian. Dalam keterkaitan subjek, referensi skripsi mahasiswa komunikasi yang meneliti dikalangan mahasiswa tertentu memang sangat banyak ditemukan. Akan tetapi, subjek penelitiaannya tentu berbeda dengan mahasiswa yang menjadi subjek penelitian yang peneliti lakukan.

Penelitian yang dilakukan oleh Rizki ramadhan meneliti pengguna Bigo Live dikalagan mahasiswa, Sriwulan meneliti pengguna musik *online* joox dikalangan mahasiswa, sedangkan penelitian yang peneliti lakukan adalah penelitian terhadap pengguna Gofood dikalangan mahasiswa fisip unpas Bandung.

Dalam metode penelitian banyak kesamaan yaitu penggunaan metode kualitatif sebagai metode penelitian. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi.

Alasan peneliti menggunakan pendekatan fenomenologi karena fenomenologi bertujuan menggambarkan arti pengalaman hidup untuk beberapa orang tentang sebuah konsep atau fenomena (Polkinghorne,1998) sehingga dirasa sejalan dengan penelitian ini yang berupaya mengungkap realita dibalik fenomena melalui pengalaman beberapa partisipan terhadap fenomena tersebut.

Peneliti memfokuskan terhadap bagaimana partispan yang merupakan pengguna Gofood menggunakan aplikasi Gofood sebagai layananan *food delivery* ditengah fenomena banyaknya aplikasi pesan antar lainnya yang sedang marak dikalangan mahasiswa oleh sebagian pengguna aplikasi *online* saat ini.

* + 1. **Kerangka Konseptual**

Kerangka konseptual penelitian adalah suatu hubungan atau kaitan antara konsep satu terhadap konsep yang lainya dari masalah yang ingin diteliti. Kerangka konsep ini gunanya untuk menghubungkan atau menjelaskan secara panjang lebar tentang suatu topik yang akan dibahas. Kerangka ini didapatkan dari konsep ilmu/teori yang dipakai sebagai landasan penelitian yang didapatkan dibab tinjauan pustaka atau kalau boleh dikatakan oleh penulis merupakan ringkasan dari tinjauan pustaka yang dihubungkan dengan garis sesuai variabel yang diteliti. Tinjauan pustaka berisi semua pengetahuan (teori, konsep, prinsip, hukum maupun proposisi) yang nantinya bisa membantu untuk menyusun kerangka konsep dan operasional penelitian. Temuan hasil peneliti yang telah ada sangat membantu dan mempermudah peneliti membuat kerangka konseptual.

**2.1.2.1. Komunikasi**

Manusia adalah makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri, karena manusia diciptakan oleh tuhan dengan berdampingan dan berpasang-pasangan. Yang dengan kata lain dapat dikatakan bahwa manusia saling berketergantungan satu dengan yang lainnya. Salah satu unsur terpenting dalam hidup manusia adalah komunikasi.

Komunikasi merupakan salah satu cara membuka pikiran untuk melangkah ke dalam dunia yang lebih maju kaya akan informasi. Dimana informasi tersebut menjadi kebutuhan yang sangat esensial untuk berbagai tujuan. Dengan adanya informasi masyarakat dapat mengikuti peristiwa-peristiwa yang terjadi disekitarnya atau peristiwa-peristiwa yang terjadi di seluruh dunia sehingga wawasan masyarakat bertambah, memperluas opini dan pandangan serta dapat meningkatkan kedudukan perananya dalam kehidupan bermasyarakat berbangsa dan bernegara.

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi(pesan, ide, gagasan) dari komunikator kepada komunikan baik secara langsung maupun tidak langsung. Komunikator ialah yang mempunyai maksud berkomunikasi dengan cara mengrimkan suatu pesan kepada orang atau sekelompok orang yang dimaksud.

**2.1.2.1.1. Pengertian Komunikasi**

Istilah komunikasi atau dalam bahasa inggris *communication* berasal dari bahasa latin atau *communication* dan bersumber dari kata yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah satu makna. Dalam pengertian komunikasi, **Hovland** (dalam Effendy) dalam buku **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek** mengatakan bahwa komunikasi adalah :

**Proses mengubah perilaku orang lain. Jadi dalam berkomunikasi bukan sekedar memberitahu, tetapi juga berupaya mempengaruhi agar seseorang atau sejumlah orang melakukan kegiatan atau tindakan yang diinginkan oleh komunikator, akan tetapi seseorang akan mendapat mengubah sikap pendapat atau perilaku orang lain, hal ini dapat terjadi apabila komunikasi yang disampaikan bersifat komunikatif yaitu komunikator dalam menyampaikan pesan-pesan harus benar-benar dimengerti dan dipahami oleh komunikan untuk mencapai tujuan komunikasi yang komunikatif (2001, h.10).**

Pengertian komunikasi juga datang dari **Everett M. Rogers** yang dipaparkan oleh **Candra** dalam buku karyanya **Pengantar Ilmu Komunikasi** yang menyatakan bahwa komunikasi adalah :

**Proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan masuk untuk mengubah tingkah laku mereka (199, h.19).**

Berbagai pengertian komunikasi yang dipaparkan oleh para pakar komunikasi diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah penyampaian informasi dan pengertian dari seseorang kepada orang lain. Komunikasi hanya bisa terjadi bila ada seseorang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan mempunyai maksud dan tujuan tertentu.

Berbicara tentang definisi komunikasi, tidak ada definisi yang benar atau yang salah. Seperti model atau teori, definisi harus dilihat dari kemanfaatan untuk menjelaskan fenomena yang didefinisikan dan mengevaluasinya. Beberapa definisi mungkin terlalu sempit, misalnya komunikasi adalah penyampaian pesan melalui media elektronik, atau terlalu luas misalnya komunikasi adalah interaksi antara dua pihak atau lebih sehingga peserta komunikasi memahami pesan yang disampaikan.

**2.1.2.1.2. Unsur-Unsur Komunikasi**

Komunikasi di dalam buku Jurnal Komunikasi dan Informasi oleh Deddy Mulyana menyatakan dalam versi yang lebih besar ada 6 unsur pesan komunikasi sebagai berikut :

1. ***Source* (sumber)**

**Sumber adalah dasar yang digunakan didalam penyampaian pesandan digunakan dalam rangka memperkuat pesan itu sendiri.**

1. ***Communicator* (komunikator) atau penyampaian pesan**

**Sebagaimana sumber, komunikator juga mengenal “credibility of communicator” atau kepercayaan kepada komunikator.**

1. ***Message* (pesan)**

**Pesana dalah keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator. Pesan ini mempunyai inti pesan *(thema*) yang sebenarnya menjadi pengarah didalam usaha mencoba mengubah sikap dan tingkah laku komunikan.**

**4. *Channel* (saluran)**

***Channel* adalah saluran penyampaian pesan dan lebih sering disebut dengan “media”.**

**5. *Audience* (komunikasi) atau penerimapesan**

**Komunikan dapat kita golongkan dalam 3 jenis yaitu personal (orang perorang), kelompok dan massa. Pada saat komunikasi dilancarkan, mengahadapi komunikan perlu di perhatikan 3 hal yakni keanggotaan kelompok, proses seleksi, kecenderungan.**

**6. *Effect* (Hasil)**

***Effect*a dalah hasil akhir dari suatu komunikasi, yakni sikap dan tingkah laku orang, sesuai atau tidak sesuai dengan yang kita inginkan (2005, h.5).**

**2.1.2.1.3. Fungsi Komunikasi**

Menurut Effendy dalam bukunya komunikasi terdapat empat fungsi komunikasi,yaitu:

* 1. **Menyampaikan informasi (*to inform*)**

**Dengan komunikasi, komunikator dapat menyampaikan informasi kepada komunikan. Serta terjadi pertukaran informasi antara komunikator dan komunikan.**

* 1. **Mendidik (*to educate*)**

**Komunikasi sebagai sarana untuk mendidik, dalam arti bagaimana komunikasi secara formal maupun informal bekerja untuk memberikan atau bertukar pengetahuan. Dan kebutuhan akan pengetahuan dapat terpenuhi. Fungsi mendidik ini dapat juga ditunjukan dalam bentuk berita dengan gambar maupun artikel.**

* 1. **Menghibur (*to entertaintment*)**

**Komunikasi menciptakan interaksi antara komunikator dan komunikan.Interaksi tersebut menimbulkan reaksi interaktif yang dapat menghibur baik terjadi pada komunikator maupun komunikan.**

* 1. **Mempengaruhi (*to influence*)**

**Komunikasi sebagai sarana untuk mempengaruhi, terdapat upaya untuk mempengaruhi komunikan melalui isi pesan yang dikirim oleh komunikator (2003, h.55).**

Upaya tersebut dapat berupa pesan persuasive (mengajak) yang dapat mempengaruhi komunikan. Komunikator dapat membawa pengaruh positif atau negatif, dan komunikan dapat menerima ataupun menolak pesan tersebut tanpa ada paksaan.

Keempat tujuan komunikasi diatas, turut mengambil peranan dalam setiap proses yang terjadi. Mulai dari mengubah sikap seseorang, merubah pendapat dan pandangan seseorang, merubah perilaku, serta merubah kehidupan sosial penggunanya.

**2.1.2.1.4. Proses Komunikasi**

Komunikasi dapat berlangsung dengan baik apabila proses komunikasinya berjalan dengan baik dan lancer. Sebagai suatu proses, komunikasi mempunyai persamaan dengan bagaimana seseorang mengekspresikan perasaan, hal – hal ini yang berlawanan, yang sama, serta melewati proses menulis, mendengar, dan mempertukarkan informasi.

Menurut **Effendy** dalam buku **Ilmu Komunikasi** bahwa proses komunikasi adalah sebagai berikut :

**Berlangsungnya penyampaian ide, informasi, opini, kepercayaan, perasaan dan sebagainya oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan lambing, misalnya : bahasa, gambar, warna, dan sebagainya yang mempunyai syarat (1989, h.63-64).**

Menurut **Courtland L. Bovee dan John V. Thill** dalam *Bussiness communication today.* **Purwanto**  komunikasi bisnis, proses komunikasi (*Communication Process*) terdiri atas enam tahap, yaitu :

1. **Pengirim mempunyai suatu ide atau gagasan sebelum proses penyampaian pesan dapat dilakukan, maka pengirim pesan harus menyiapkan idea tau gagasan apa yang ingin disampaikan kepada pihak lain atau audience. Ide dapat diperoleh dari berbagai sumber yang terbentang luas dihadapan kita. Dunia ini penuh dengan berbagai macam informasi, baik yang dapat dilihat, didengar, dicium, maupun diraba. Ide – ide yang ada didalam benak kita disaring dan disusun ke dalam suatu memori yang ada dalam jaringan otak, yang merupakan gambaran persepsi kita terhadap kenyataan**
2. **Pengirim mengubah ide menjadi suatu pesan. Dalam suatu proses komunikasi, tidak semua ide dapat diterima atau dimengerti dengan sempurna, proses komunikasi dimulai dengan adanya ide dalam pikiran yang kemudia diubah kedalam bentuk pesan-pesan seperti dalam bentuk kata – kata, ekspresi wajah, dan sejenisnya, untuk kemudian dipindahkan kepada orang lain. Agar ide dapat diterima dan dimengerti secara sempurna, pengirim pesan harus memperhatikan beberapa hal, yaitu subjek, maksud, audiens, gaya personal, dan latar belakang budaya**
3. **Pengirim menyampaikan pesan. Setelah mengubah ide-ide ke dalam suatu pesan. Tahap berikutnya adalah memindahkan atau menyampaikan pesan melaluii berbagai saluran yang ada kepada si penerima pesan**
4. **Penerima menerima pesan, komunikasi antara seseorangan dengan orang lain akan terjadi, bila pengirim mengirimkan suatu pesan dan penerima pesan tersebut. Pesan yang diterimanya adakalanya sempurna, namun tidak jarang hanya sebagian kecil saja**
5. **Penerima menafsirkan pesan. Setelah penerima menerima suatu pesan, tahap berikutnya ialah bagaimana ia dapat menafsirkan pesan. Suatu pesan yang disampaikan pengirim harus mudah dimnegerti dan tersimpan di dalam benak pikiran si penerima pesan. Selanjutnya, suatu pesan baru dapat ditafsirkan secara benar bila penerima pesan telah memahami isi pesan sebagaimana yang dimaksud pengirim pesan**
6. **Penerima menerima tanggapan dan mengirim umpan balik kepada pengirim. Umpan balik adalah penghubung akhir dalam suatu mata rantai komunikasi. Ia merupakan tanggapan penerima pesan yang memungkinkan pengirim untuk menilai efektivitas suatu pesan. Setelah menerima pesan, penerima akan memberi tanggapan dengan cara tertentu dan memberi sinyal terhadap pengirim pesan. Umpan balik memegangn peranan penting dalam proses komunikasi, karena ia member kemungkinan bagi pengirim untuk menilai efektivitas suatu pesan. Di samping itu, adanya umpan balik dapat menunjukan adanya factor-faktor penghambat komunikasi, misalnya perbedaan latar belakang, perbedaan penafsiran kata, dan perbedaan reaksi secara emosional (2003, h.11-14).**

Agar lebih jelas maka peneliti akan membahas proses komunikasi dengan peninjauan dari **Carl I Hovland** dalam **Effendy** yang menjelaskan bahwa komunikasi yaitu :

**Komunikasi adalah suatu upaya yang sistematis untuk memutuskan secara tegas asas-asas dan atas dasar atas-atas tersebut disampaikan informasi serta bentuk pendapat dan sikap (1993, h.16).**

Dari penjelasan tersebut, komunikasi jelas merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang untuk menyatakan atau tidak menyatakan suatu gagasan kepada orang lain dengan menggunakan lambing-lambang berupa bahasa, gambar-gambar atau tanda-tanda yang berarti bersikap umum.

Menurut **Effendy** pada buku **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek** Proses komunikasi terdiri atas dua tahap, meliputi proses komunikasi primer dan proses komunikasi sekunder. **(Effendy, dalam Mondry, 2008,h.3).**

1. **Proses komunikasi secara primer, merupakan proses penyamaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambing sebagai media. Lambing sebagai media primer dalam proses komunikasi meliputi bahasa, kial, gambar, warna, dan sebagainya. Syarat secara langsung dapat “menerjemahkan” pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan**
2. **Proses komunikasi sekunder, merupakan proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah menggunakan lambang sebagai media pertama. Komunikator menggunakan media kedua dalam berkomunikasi karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relative jauh atau dalam jumlah yang banyak ( 2002, h.15).**

Pada media primer, lambang yang paling banyak digunakan adalah bahasa. Bahasa merupakan sarana yang paling ppenting banyak dipergunakan dalam komunikasi, karena hanya dengan bahasa kita mampu menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain, baik berbentuk ide, informasi atau opini bisa dalam bentuk konkret ataupun abstrak. Hal ini bukan hanya suatu hal atau peristiwa yang sedang terjadi sekarang, tetapi juga pada masa lalu atau waktu yang akan datang.

Kial (*gesture)* memang dapat “menerjemahkan” pikiran seseorang sehingga terekspresi secara fisik, tetapi menggapaikan tangan atau memainkan jemari, mengedipkan mata atau menggerakan anggota tubuh lainnya hanya dapat mengkomunikasikan hal-hal tertentu saja. Demikian pula dengan isyarat yang menggunakan alat, seperti bedug, kentongan, sirine, dan lain-lain, juga warna yang memiliki makna tertentu, kedua lambang (isyarat warna) tersebut sangat terbatas kemampuannya dalam mentransmisikan pikiran seseorang kepada orang lain.

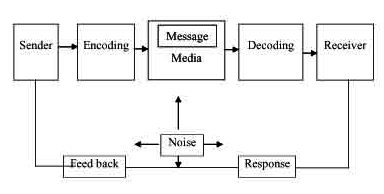
Sementara proses komunikasi sekunder merupakan kelanjutan dari proses komunikasi primer, yaitu untuk menembus dimensi dan ruang waktu. Maka dalam menata lambang – lambang untuk memformulasikan isi psan komunikasi, komunikator harus mempertimbangkan ciri – ciri atau sifat-sifat media yang akan digunakan. Penentuan media yang akan digunakan perlu didasari pertimbangan mengenai siapa komunikan yang akan dituju.

Setiap pembahasan di atas mengenai proses komunikasi, kini kita mengenal unsur – unsur dalam proses komunikasi. Penegasan tentang unsur-unsur dalam proses komunikasi adalah sebagai berikut :

1. Sender : komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang
2. Encoding : penyandian, yakni proes pengalihan pikiran kedalam bentuk lambang
3. Message : saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan
4. Media : saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan
5. Decoding : pengawas sandian, yaitu proses dimana komunikan menetapkan makna pada lambang yang disampaikan oleh komunikator kepadanya
6. Receiver : komunikan yang menerima pesan dari komunikator
7. Response : tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah diterpa pesan
8. Feedback : umpan balik, yakni tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator
9. Noise : gangguan tak terencan yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya psan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.

Untuk mengetahui dan memperjelas bahasan tentang proses komunikasi **Effendy** dalam bukunya yang berjudul **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek** menggambarkan skema dari proses komunikasi.

**Gambar 2.1. Skema Proses Komunikasi**

****

Sumber : (Onong Uchjana, Ilmu Komunikasi, 2005 h.18).

**2.1.2.1.5. Prinsip-Prinsip Komunikasi**

**Deddy Mulyana** mengungkapkan dalam bukunya yang berjudul **Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar** terdapat 12 prinsip komunikasi yakni :

1. **Komunikasi adalah proses simbolik. Salah satu kebutuhan pokok manusia, seperti yang dikatakan K.Langer, adalah kebutuhan simbolisasi atau penggunaan lambang. Manusia memang satu-satunya hewan yang menggunakan lambang, dan itulah yang membedakan manusia dengan makhluk lainnya**
2. **Setiap perilaku mempunyai potensi komunikasi. Kita tidak dapat berkomunikasi. Tidak berarti bahwa semua prilaku adalah komunikasi. Alih – alih, komunikasi terjadi bila seseorang memberi makan pada perilaku orang lain atau perilaku sendirinya**
3. **Komunikasi punya dimensi isi dan dimensi hubungan. Dimensi isi disandi secara verbal. Sementara dimensi hubungan disandi secara non verbal. Dimensi ini menunjukkan muatan komunikasi, yaitu apa juga mengisyarakatkan bagaimana hubungan pasca peserta komunikasi itu**
4. **Komunikasi berlangsung dalam berbagai tingkat kesenjangan. Komunikasi dilakukan dalam berbagai tingkat kesenjangan, dari komunikasi disengaja sama seali hingga komunikasi yang benar-benar direncanakan dan disadari**
5. **Komunikasi terjadi dalam konteks ruang dan waktu. Makna pesan juga bergantung pad a kontek fisik dan ruang, waktu, sosial, dan psikologis**
6. **Komunikasi melibatkan prediksi peserta komunikasi. Komunikasi juga terikat oleh aturan atau tatakrama. Artinya orang-orang memilih strategi tertentu berdasarkan bagaimana orang yang menerima pesan akan merespon**
7. **Komunikasi bersifat sistemik. Setiap individu adalah system yang hidup. Organ dalam tubuh juga terhubung. Ini juga yang terjadi dalam komunikasi, semua hal terhubung menjadi satu**
8. **Semakin mirip latar belakang sosial budaya semakin efektiflah komunikasi. Komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang hasilnya sesuai dengan yang diharapkan para peserta komunikasi**
9. **Komunikasi bersifat non konseksuesional. Sebenarnya komunikasi manusa adalah bentuk dasarnya bersifat dua araj**
10. **Komunikasi bersifat prosensual, dinamis, dan transaksional. Komunikasi tidak punya aal dan tidak punya akhir, melainkan proses yang berkesinambungan**
11. **Komunikasi bersifat *Irrevesible.* Sekali mengirim pesan kita tidak bisa mengendalikan pengaruh pesan yang diberikan**
12. **Komunikasi bukan panasea untuk menyelesaikan berbagai masalah. Komunikasi bukanlah panasea. Untuk menyelesaikan persoalan atau konflik. Karena tersebut berkaitan dengan masalah structural (2015, h. 91-127).**

**2.1.2.1.6. Tujuan Komunikasi**

Setiap individu dalam berkomunikasi pasti mengharapkan dari tujuan komunikasi itu sendiri, secara umum tujuan komunikasi adalah mengharapkan adanya umpan yang diberikan oleh lawan bicara serta semua pesan yang kita sampaikan dapat diterima oleh lawan bicara kita dan adanya efek yang terjadi setelah melakukan komunikasi tersebut.

Menurut **Onong Uchjana Effendy (2003),** tujuan dari komunikasi adalah

1. **Mengubah sikap ( *to change the attitude* )**

**Seperti telah dikemukakan sebelumnya dalam pembahasan, fungsi komunikasi adalah mempengaruhi seseorang. Tahap selanjutnya setelah seseorang terpengaruh ia akan merubah sikapnya. Inilah salah satu tujuan komunikasi. Mengubah sikap seseorang menjadi seperti yang diharapkan oleh si pemberi informasi**

1. **Mengubah opini atau pendapat atau pandangan ( *to change the opinion* )**

**Salah satu tujuan komunikasi adalah mengubah pendapat atau opini seseorang sesuai dengan yang diharapkan oleh pihak tertentu**

1. **Mengubah perilaku ( *to change the behaviour* )**

**Mengubah perilaku seseorang sesuai dengan informasi yang telah diberikan sehingga berperilaku sesuai yang diharapkan oleh si pemberi informasi.**

1. **Mengubah masyarakat ( *to change the society* )**

**Apabila dalam point di atas perilaku dititikberatkan lebih kepada individu, dalam point ini, perubahan dititikberatkan pada suatu kelompok yang bersifat lebih dari satu, bahkan lebih dari dua.Sehingga perubahan terjadi secara masal (2003, h.14).**

Jadi dapat disimpulkan tujuan komunikasi itu adalah mengharapkan perubahan sikap, perubahan pendapat, perubahan perilaku, perubahan sosial. Serta tujuan utama adalah agar semua pesan yang disampaikan dapat dimengerti dan diterima oleh komunikan dan menghasilkan umpan balik.

**2.1.2.2. Komunikasi Interpersonal dalam Internet**

Komunikasi interpersonal di internet merujuk pada komunikasi melalui pesan antara dua orang. Malahan penggunaan utama dari internet adalah untuk mengirim dan menerima e-mail. Orang-orang berkomunikasi secara online, lalu mereka berbicara; bercanda; mereka mengekspresikan diri satu sama lain melalui internet. Hubungan tersebut tercipta dan akan terjaga secara online. Para murid dan guru-guru berinteraksi secara elektronik pada komunitas. (Shedletsky & Aitken, 2004, h.26).

Komunikasi virtual adalah wadah orang-orang untuk berkumpul bersama, untuk saling berbagi pada lingkungan online, dan untuk merasakan keinginan untuk berkumpul atau bersatu.Walaupun pengguna internet bisa saja tersebar luas secara fisik, namun mereka merasa dekat.

Menurut **Gurak**, ada 4 karakterisik komunikasi di internet, yaitu :

1. ***Speed***

**Mengacu pada waktu yang dibutuhkan untuk mengirim dan menerima pesan, yang tentu saja sangatlah cepat.**

1. ***Reach***

**Mengacu pada kemampuan manusia untuk saling berhubungan dengan orang-orang yang berada pada jarak yang jauh, dan sekalo lagi dengan kecepatan yang hebat.**

1. ***Anonymity***

**Mengacu pada perilaku manusia yang menciptakan suatu identitas online, menyatakan diri sebagai seseorang yang bukan mereka, memanipulasi gender, umur, pekerjaan, status kesehatan, dan sebagainya.**

1. ***Interactivity***

**Mengacu pada kemampuan partisipan online untuk tidak hanya menerima pesan, tetapi juga bereaksi terhadapnya (2004, h.145).**

**2.1.2.3. Komunikasi Efektif**

Komunikasi dikatakan efektif bila seseorang berhasil menyampaikan apa yang dimaksudkannya. Dalam kaitan ini, Tubbs dan Moss (1996, h.22) mengemukakan, secara umum komunikasi dinilai efektif bila rangsangan yang disampaikan dan yang dimaksudkan oleh pengirim berkaitan erat dengan rangsangan yang ditangkap oleh penerima.

Bagaimana cara melihat efektifitas komunikasi ? Kita tidak dapat menilai keefektifan komunikasi yang ktia lakukan bila apa yang kita maksudkan tidak jelas; kita harus benar-benar tahu apa yang kita inginkan.

Menurut Tubbs and Moss dalam buku *Communication Process* Ada lima hal yang dapat dijadikan ukuran untuk komunikasi yaitu :

1. **Pemahaman**

**Pemahaman adalah penerimaan yang cermat atas kandungan rangsangan seperti yang dimaksudkan dengan pengirim pesan.Dalam hal ini, komunikator dikatakan efektif bila penerima memperoleh pemahaman yang cermat atas pemahaman yang disampaikannya.**

1. **Kesenangan**

**Tidak semua komunikasi ditujukan untuk menyampaikan maksud tertentu. Sebenarnya tujuan komunikasi transaksional adalah sekedar berkomunikasi dengan orang lain untuk menimbulkan kesejahteraan bersama. Komunikasi semacam ini biasa disebut komunikasi fatik (*Fetish Communication*), atau mempertahankan hubungan insani. Sapaan seperti “Hei”, “Apa kabar ?”, “Bagaimana keadaanmu ?”, merupakan jenis komunikasi ini.**

1. **Mempengaruhi sikap**

**Tindakan mempengaruhi orang lain merupakan bagian dari kehidupan sehari-hari. Dalam berbagi situasi, kita berusaha mempengaruhi sikap orang lain, dan berusaha agar orang lain memahami ucapan kita. Proses mengubah dan merumuskan kembali sikap, atau pengaruh sikap, berlangsung terus seumur hidup.**

1. **Memperbaiki hubungan**

**Sudah menjadi keyakinan umum bahwa bila seseorang dapat memilih kata yang tepat, mempersiapkan jauh sebelum pelaksanaan, dan mengemukakannya dengan tepat pula, dapat dipastikan bahwa hasil komunikasi akan sempurna. Namun keefektifan komunikasi secara keseluruhan masih memerlukan suasana psikologis yang positif dan penuh kepercayaan.Bila hubungan manusia dibayang-bayangi oleh ketidakpercayaan, maka pesan yang disampaikan oleh komunikator yang paling kompeten sekalipun bisa berubah makna atau didiskreditkan. Terkadang, komunikasi dilakukan bukan untuk menyampaikan informasi atau mengubah sikap seseorang, tapi hanya untuk memahami motivasi orang lain.**

1. **Tindakan**

**Banyak orang berpendapat bahwa komunikasi apapun tidak ada gunanya bila tidak member hasil sesuai yang diinginkan. Mendorong orang lain untuk melakukan tindakan sesuai dengan apa yang kita inginkan merupakan hasil tersulit dicapai dalam berkomunikasi. Tampaknya lebih mudah mengusahakan agar pesan kita dipahami daripada mengusahakan agar pesan kita disetujui. Selanjutnya, lebih mudah membuat orang lain setuju daripada membuat orang tersebut melakukannya. Beberapa perilaku muncul karena keterpaksaan, tekanan social, atau karena peranan seseorang, dan semua ini tidak memerlukan perubahan sikap terlebih dahulu, biasanya tindakan sukarela muncul terlebih dahulu sebelum terjadi perubahan sikap.**

**Untuk mencoba membangkitkan tindakan pada penerima pesan, kemungkinan respon sesuai dengan apa yang diinginkan akan lebih besar bila dapat : (a) memudahkan penerima tentang apa yang diharapkan; (b) meyakini penerima bahwa tujuan tersebut masuk akal; dan (c) mempertahankan hubungan harmonis dengan penerima. Tindakan yang diharapkan tidak terjadi secara otomatis, namun besar kemungkinan akan terwujud bila ketiga hal diatas telah terpenuhi (2001, h.23).**

**2.1.2.4. Media Komunikasi**

Media komunikasi adalah wadah atau sarana di dalam bidang komunikasi. Media komunikasi juga suatu benda yang digunakan sebagai perantara untuk berkomunikasi antara satu dengan yang lainnya. Media komunikasi memiliki peran penting dalam mempengaruhi perubahan masyarakat, terlebih dengan kemajuan teknologi sekarang ini dapat mempermudah seseorang dalam berkomunikasi seperti halnya *handphone* atau telepon genggam dimana semua *handphone* sudah didukung dengan teknologi yang canggih, *handphone*  saat ini bukan hanya digunakan sebagai media pengirim pesan dan telepon tetapi saat ini sudah dijadikan alat yang bisa melakukan apa saja dan didukung dengan adanya internet pula.

**Effendy** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek** menyatakan bahwa :

**Media komunikasi adalah sarana atau alat yang menyalurkan pesan komunikasi yang disampaikan seseorang kepada orang lain, misalnya telephone, surat elektronik, radio, televisi, komputer dengan menggunakan network yang dihubungkan dengan modem (1998, h.64).**

Berdasarkan uraian diatas peneliti menyimpulkan media komunikasi ialah perantara dalam penyampaian informasi dari komunikator kepada komunikan yang bertujuan untuk efisiensi penyebaran informasi atau pesan tersebut. Efisiensi itu di dapatkan dari penggunaan media komunikasi yang menggunakan jaringan internet yang tidak mengenal waktu dan jarak. Dengan media komunikasi seseorang dapat dengan mudah berhubungan dengan siapapun tanpa batasan apapun.

**2.1.2.4.1. Fungsi Media Komunikasi**

Menurut **Burgon & Huffner**, dalam bukunya ***Human Communication***, fungsi media komunikasi ialah :

1. **Efisien penyebaran informasi; dengan adanya media komunikasi terlebih hi-tech akan lebih membuat penyebaran informasi menjadi efisien. Efisiensi yang dimaksudkan di sini ialah penghematan dalam biaya, tenaga, pemikiran dan waktu. Misalnya, kita memberikan ucapan selamat hari raya Idul Fitri atau Natal cukup melalui SMS, MMS, e-mail, mailist dan media canggih lainnya. Hal ini lebih disukai karena nilai praktisnya jika dibandingkan dengan mengirimkan kartu Lebaran atau kartu Natal dengan waktu yang lebih lama.**
2. **Memperkuat eksistensi informasi; dengan adanya media komunikasi yang hi-tech, kita dapat membuat informasi atau pesan lebih kuat berkesan terhadap audience/komunikate. Suatu contoh, dosen yang mengajar dengan multimedia akan lebih efektif berkesan dari pada dosen yang mengajar secara konvensional.**
3. **Mendidik/mengarahkan/persuasi; media komunikasi yang berteknologi tinggi dapat lebih menarik audience. Sebagaimana kita pelajari pada bab sebelumnya tentang komunikasi persuasi maka hal yang menarik tentunya mempermudah komunikator dalam mempersuasi, mendidik dan mengarahkan karena adanya efek emosi positif.**
4. **Menghibur/entertain/joyfull; media komunikasi berteknologi tinggi tentunya lebih menyenangkan (bagi yang familiar) dan dapat memberikan hiburan tersendiri bagi audience. Bahkan jika komunikasi itu bersifat hi-tech maka nilai jualnya pun akan semakin tinggi. Misalnya, presentasi seorang marketing akan lebih mempunyai nilai jual yang tinggi jika menggunaka media komunikasi hi-tech dari pada presentasi yang hanya sekedar menggunakan metode konvensional.**
5. **Kontrol sosial; media komunikasi yang berteknologi tinggi akan lebih mempunyai fungsi pengawasan terhadap kebijakan sosial. Seperti misalnya, informasi yang disampaikan melalui TV dan internet akan lebih mempunyai kontrol sosial terhadap kebijakan pemerintah sehingga pemerintah menjadi cepat tanggap terhadap dampak kebijakan tersebut (2002, h.69).**

Peneliti menyimpulkan bahwa fungsi media komunikasi intinya adalah menyampaikan pesan baik dalam bentuk sebuah data, gelombang frekuensi, gambar, suara atau tulisan yang memiliki makna tertentu dengan efisien, memperkuat eksistensi informasi, mendidik, menghibur, dan control sosial dimana pesan tersebut dapat tersampaikan kepada komunikan.

**2.1.2.4.2. Internet**

Internet adalah suatu jaringan computer yang satu dengan yang lain saling terhubung untuk keperluan komunikasi dan informasi. Sebuah computer dalam satu jaringan internet dapat berada dimana saja. Sering juga internet diartikan sebagai jaringan computer di seluruh dunia yang berisikan informasi, Informasi tersebut dibuat oleh penyelenggara atau pemilik jaringan komputer yang menitipkan informasinya kepada penyedia layanan internet.

Menurut **Burhan** dalam buku **Sosiologi Komunikasi** mengungkapkan bahwa:

**Internet (interconnection networking) merupakan jaringan komputer yang dapat menghubungkan suatu komputer atau jaringan komputer dengan jaringan komputer lain, sehingga dapat berkomunikasi atau berbagi data tanpa melihat jenis komputer itu sendiri. Seperti yang diketahui internet merupakan bentuk konvergensi dari beberapa teknologi penting terdahulu, seperti komputer, televisi, radio, dan telepon (2006, h.135).**

Berdasarkan pengertian di atas internet adalah jaringan yang menghubungkan satu dengan lainnya melalui media yang terhubung secara online, berupa komputer, laptop, televisi, radio, dan telepon.

**2.1.2.5. Aplikasi Mobile**

Aplikasi mobile saat ini sangat dibutuhkan karena alat-alat telekomunikasi yang tersebar di seluruh dunia membutuhkan aplikasi-aplikasi yang dapat memepermudah pekerjaan penggunanya dimanapun dan kapanpun terutama dalam hal informasi. Aplikasi ini dapat diakses melalui perangkat nirkabel seperti seperti telepon seluler dan PDA (Personal Digital Assistant) adalah sebuah alat elektronik yang berbasis komputer dan berbentuk kecil serta dapat dibawa ke mana-mana.

**2.1.2.5.1. Pengertian Aplikasi**

Menurut **Buyens**, dalam bukunya ***Web Database Development***, pengertian aplikasi adalah:

**Satu unit perangkat lunak yang dibuat untuk melayani kebutuhan akan beberapa aktivitas. Misalnya termasuk perangkat lunak perusahaan , software akuntansi , perkantoran , grafis perangkat lunak dan pemutar media. Dapat disimpulkan bahwa aplikasi merupakan software yang berfungsi untuk melakukan berbagai bentuk pekerjaan atau tugas-tugas tertentu seperti penerapan, penggunaan dan penambahan data (2001, h.57).**

Peneliti dapat menyimpulkan bahwa aplikasi adalah perangkat lunak yang dapat memberikan kemudahan dalam beraktivitas seperti melakukan berbagai bentuk pekerjaan atau tugas-tugas.

**2.1.2.5.2. Pengertian Aplikasi Mobile**

Menurut **Buyens,** dalam bukunya ***Web Database Development***, pengertian aplikasi *mobile* adalah:

**Program siap pakai yang direka untuk melaksanakan suatu fungsi bagi pengguna atau aplikasi yang lain dan dapat digunakan oleh sasaran yang dituju (2001, h.66).**

Berdasarkan kutipan diatas peneliti dapat menyimpulkan aplikasi *mobile* adalah program yang telah siap pakai untuk melakukan sebuah fungsi bagi pengguna. Dengan menggunakan aplikasi *mobile.* dapat dengan mudah melakukan berbagaii macam aktifitas mulai dari hiburan, berjualan, belajar, mengerjakan pekerjaan kantor, *browsing* dan lain sebagainya.

Pemanfaatan aplikasi mobile untuk hiburan paling banyak digemai oleh pengguna telepon seluler, karena dengan memanfaatkan adanya fitur game, music player, sampai video player membuat kita mejadi semakin mudah menikmati hiburan kapan saja dan dimanapun. Perangkat mobile memiliki banyak jenis dalam hal ukuran,desai layout, tetapi memreka memiliki kesamaan karakteristik yang sanagt berbeda dari dekstop system. Perangkat mobile memiliki memory yang kecil.

**2.1.2.6. Jejaring Sosial**

Di dalam media sosial terdapat jenis yang berbeda-beda, dan memiliki keunggulan masing-masing. Dewasa ini jejaring sosial telah banyak diminati oleh masyarakat luas dan sangat pesat kemajuannya, didalamna orang-orang saling terkoneksi dan terhubung baik indvidu maupun organisasi yang membentuk struktur sosial. Menurut Wikipedia, Jejaring sosial adalah suatu struktur sosial yang dibentuk dari simpul-simpul (yang umumnya adalah individu atau organisasi) yang dijalin dengan satu atau lebih tipe relasi spesifik seperti nilai, visi, ide, teman, keturunan, dll.

Analisis jaringan jejaring sosial memandang hubungan sosial sebagai simpul dan ikatan.Simpul adalah aktor individu di dalam jaringan, sedangkan ikatan adalah hubungan antar aktor tersebut.Bisa terdapat banyak jenis ikatan antar simpul. Penelitian dalam berbagai bidang akademik telah menunjukkan bahwa jaringan jejaring sosial beroperasi pada banyak tingkatan, mulai dari keluarga hingga negara, dan memegang peranan penting dalam menentukan cara memecahkan masalah, menjalankan organisasi, serta derajat keberhasilan seorang individu dalam mencapai tujuannya.

Dalam bentuk yang paling sederhana, suatu jaringan jejaring sosial adalah peta semua ikatan yang relevan antar simpul yang dikaji. Jaringan tersebut dapat pula digunakan untuk menentukan modal sosial aktor individu. Konsep ini sering digambarkan dalam diagram jaringan sosial yang mewujudkan simpul sebagai titik dan ikatan penghubungnya.

**2.1.2.7. GOFOOD**

GO FOOD adalah layanan berbasis aplikasi yang di sediakan oleh PT GO-JEK Indonesia untuk para pelanggan berupa layanan pesan antar makanan nantinya akan muncul berbagai macam restoran dan rumah makan yang terlacak sesuai dengan lokasi disekitar pengguna. Selanjutnya pelanggan mulai bisa memilih menu makanan yang akan dipesan. Setelah menyetujui pesanan, maka pengguna tinggal menunggu makanan dan diantar oleh *driver* Go-Jek. Saat menunggu pesanan datang, pelanggan bisa melacak keberadaan *driver* dan menghubunginya jika pesanan belum juga datang dalam waktu lama. Mengenai pembayaran, menu makanan yang telah dipesan akan dibayar dulu (ditalangi sementara) oleh pihak Go-Jek. Ketika makanan telah sampai, barulah pelanggan membayar dengan uang tunai atau melalui Go-Jek Kredit (Go-Pay).

**2.1.2.8. Food Delivery**

*Food delivery* atau pengirimin makanan adalah suatu sistem pelayanan dari restoran dimana konsumen dapat memesan makanan yang dijual di restoran melalui website atau aplikasi yang kemudian pesanan konsumen itu akan diantarkan oleh kurir atau *driver* tanpa perlu datang langsung ke restoran tersebut. Pembayaran menggunakan *Cash on delivery* dimana pembayaran akan diberikan saat pesanan telah sampai ke konsumen. Perlakuan pajak terhadap transaksi *delivery order* sama seperti transaksi *direct order* di restoran. Karena meskipun transaksi dilakukan melaui website atau aplikasi namun sistem ini merupakan salah satu dari pelayanan restoran berupa penjualan makanan dan minuman, sehingga transaksi ini tidak dikenakan PPN namun dikenakan pajak restoran sebesar 10%.

**2.1.3. Kerangka Teoritis**

**2.1.3.1. Fenomenologi**

**2.1.3.2. Sejarah Fenomenologi**

Istilah fenomenologi tidak dikenal setidaknya sampai menjelang abad ke-20. Abad ke-18 menjadi awal digunakannya istilah fenomenologi sebagai nama teori tentang penampakan, yang menjadi dasar pengetahuan empiris (penampakan yang diterima secara inderawi). Istilah fenomenologi itu sendiri diperkenalkan oleh Johann Heinrich Lambert**,** pengikut Christian Wolff. Sesudah itu, filosof Immanuel Kantmemulai sesekali menggunakan istilah fenomenologi dalam tulisannya, seperti halnya Johann Gottlieb Flitchte dan G.W.F.Hegel. pada tahun 1899, Franz Brentano menggunakan fenomenologi untuk psikologi deskriktif. Dari sinilah awalnya Edmund Husserl mengambil istilah fenomenologi untuk pemikirannya mengenai “kesengajaan”.

Abad ke-18 tidak saja penting bagi fenomenologi, namun juga untuk dunia filsafat secara umum. Karena paa abad inilah, pembahasan filsafat modern dimulai. Di satu sisi ada aliran empirisme yang percaya bahwa pengetahuan muncul dari penginderaan. Dengan demikian kita mngalami dunia dan melihat apa yang sedang terjadi. Bagi penganut empirisme, sumber pengetahuan yang memadai itu adalah pengalaman. Akal yang dimiliki manusia hanya bertugas untuk mengatur dan mengolah bahan-bahan yang diterima oleh panca indera.

Sedangkan disisi lain ada aliran rasionalisme yang percaya bahwa pengetahuan timbul dari kekuatan pikiran manusia. Hanya pengetahuan yang diperoleh melalui akal lah yang memenuhi syarat untuk diakui sebagai pengetahuan ilmiah. Menurut aliran ini pengalaman hanya dapat dipakai untuk mengukuhkan kebenaran pengetahuan yang telah diperoleh melalui akal. Akal tidak memerlukan pengalaman dalam memperoleh pengetahuan yang benar.

Kemudian filosof Immanuel Kant muncul dengan menjembatani keduanya. Menurut **Immanuel Kant** dalam fenomenologi **Engkus** menyebutkan bahwa fenomena adalah :

**Fenomena adalah sebagai sesuatu yang tampak atau muncul dengan sendirinya (hasil sintesis antara penginderaan dan bentuk konsep dari objek, sebagaimana tampak pada dirinya) (**[**2009, h.4**](http://id.wikipedia.org/wiki/Jejaring_sosial)**).**

Jadi bila kita simpulkan bahwa Immanuel Kant mengartikan sebuah pengetahuan adalah apa yang tampak kepada kita. Semenjak pemikiran Immanuel Kant ini menyebar luas, barulah fenomena menjadi titik awal pembahasan filsafat, terutama pembahasan mengenai bagaimana sebuah pengetahuan dibangun.

Dengan demikian sebagai suatu istilah, fenomenologi telah ada sejak Immanuel Kant mencoba memilah unsure yang berasal dari pengamalan *(*[*phenomena*](http://id.wikipedia.org/wiki/Jejaring_sosial)*),* dan mana yang terdapat dalam akal *(*[*noumena*](http://id.wikipedia.org/wiki/Jejaring_sosial)atau *the things in its self).* Meski fenomenologi kemudian menjadi pusat dalam tradisi filsafat eropa sepanjang abad ke-20.

Setelah itu muncul kembali pendapat dari Franz Brentano yang meletakkan dasar fenomenologi lebih tegas lagi. Dalam tulisannya yang berjudul *Psychology From an Emprical Standpoint (1874).* Bretano mendefinisikan “fenomena sebagai sesuatu yang terjadi dalam pikiran, sedangkan fenomena mental adalah tindakan yang dilakukan secara sadar”. Kemudia ia membedakan antara fenomena mental dengan fenomena fisik *(*objek atau persepsi eksternal yang dimulai dari warna dan bentuk*)*. Jadi bagi Bretano, fenomena fisik ada karena “kesengajaan”, Dalam tindakan sadar *(International In Existence).*

Lebih lanjut lagi menurut **Bretano** yang dikutip **Engkus** dalam bukunya Fenomenologi, pengertian fenomenologi adalah :

**Fenomena adalah sesuatu yang masuk ke dalam “kesadaran” kita, baik dalam bentuk persepsi, khayalan, keinginan, atau pikiran (2009, h.5).**

Bila kita bandingkan dengan pemikiran sebelumnya yang diungkapkan oleh Immanuel Kant, pengertian tentang fenomenologi yang diungkapkan oleh Bretano ini lebih luas. Pengertian fenomenologi ini juga yang mengantarkan pada sebuah fenomenologi yang lebih hakiki.

Selanjutnya Bretano membedakan antara psikilogi deskriktif dengan psikologi genetis. Psikologi genetis mencari tipe-tipe penyebab dari fenomena mental, sedangkan fenomenologi deskriktif mendefinisikan dan mengklasifikasikan beragam tipe fenomena mental, termasuk diantaranya persepsi, pendapat, dan emosi. Setiap fenomenal mental (tindakan sadar) selalu berhubungan dengan objek tertentu. Hubungan antara kesadaran objek inilah yang kemudian diistilahkan Bretano dengan fenomenologi tahun 1889.

Pada masa berikutnya, selain Bretano dan William James dengan *Principle of Psychology* (1891), berkembang pula teori semantic atau logika dari Bernanrd Bolzano dan Edmund Husserl (logika modern), termasuk Gottlob Frege.

Menurut Husserl melalui tulisannya yang berjudul *Logical Investigations* menggabungkan antar psikologi deskriktif dengan logika. Pemikiran tersebut memperlihatkan bahwa Edmund Husserl terinspirasi oleh pemikiran Bolzano mengenai logika ideal dan psikologi deskriktif.

Menurut Husserl yang dikutip **Engkus** dalam bukunya Fenomenologi menjelaskan bahwa:

**Fenomena harus dipertimbangkan sebagai muatan objektig yang disengaja (*intentional objects*), dan tindakan sadar subjektif. Jadi fenomenologi mempelajari kompleksitas kesadaran dan fenomena yang berhubungan dengannya (2009, h.6).**

Husserl mengistilahkan proses kesadaran yang disengaja dengan noesis, dan sedangkan istilah noema untuk isi dari kesadaran itu. Noema dari tindakan sadar disebut Husserl sebagai makna ideal dan objek sebagaimana tampak. Fenomena (objek sebagaimana tampak) adalah noema. Interpretasi Husserl ini menjadi dasar dari teori Husserl selanjutnya mengenai kesengajaan (apakah noema salah aspek dari objek, ataukah media dari tujuan).

Singkatnya, fenomenologi Husserl adalah gabungan antara psikologis dan logika. Fenomenologi membangun penjelasan dan analisis psikologi, dan tindakan sadar. Jadi fenomenologi adalah bentuk lain dari logika.

Dari beberapa perkembangan serta berbagai pendapat mengenai fenomenologi ini menjadikan fenomenologi menjadi semakin berkembang. Yang kemudia banyak dikaitkan dengan beberapa keilmuan, salah satunya hubungan fenomenologi dalam ranah filsafat. Pada umumnya pembahasan filosifis selalu melibatkan empat bidang inti, yakni ontology, epistemologi, etika, dan logika. Keempat bidang inilah yang menjadi dasar bagi semua ilmu pengetahuan.

1. Fenomenologi dan Ontologi

Ditinjau dari ontology, fenomenologi mempelajari sifat-sifat alami kesadaran secara ontologis, fenomenologi akan dibawa kedalam permasalahan mendasar jiwa dan raga (*traditional mind-body problem*).

Sebagai pengembangan pembahasan ontology, fenomenologi Husserl kemudian mencoba membuat teori pengandaian mengenai “keseluruhan dan bagiannya” (*universal and pariticular*), hubungan keseluruhan dan bagiannya, dan teori tentang makna ideal.

1. Fenomenologi dan Epistimologi

Berkenaan dengan epistimologi yang bertugas untuk membantu kita dalam menemukan pengetahuan, fenomenologi terutama membantu dalam mendefiniskan fenomena. Fenomenologi percaya bahwa dalam fenomena-lah pengetahuan itu berada. Disisi lain fenomenologi telah mengklaim dirinya sebagai alat untuk memperoleh pengetahuan mengenai sifat-sifat alami kesadaran dan jenis-jenis khusus pengetahuan orang pertama, melalui bentuk-bentuk intuisi. Menurut Husserl sebagai epistimologi, fenomenologi menggunakan intuisi sebagai sarana untuk menapai kebenaran dan pengetahuan.

Demikianlah pembahasan fenomenologi dihubungkan dengan bidang-bidang inti dari filsafat. Jelas kireanya penambahan bidang fenomenologi bagi ilmu sosial masih menjadi perdebatan bidang fenomenologi bagi ilmu sebagai sebuah aliran filsafat kiranya tidak perlu diragukan lagi. Apalagi secara historis, fenomenologi merupakan bagian dari filsafat, sebagaimana halnya matematika dan logika. Kemampuan fenomenologi dalam memenuhi criteria ilmu ditinjau dari bidang-bidang inti filsafat pun, secara tidak langsung telah mengukuhkan kedudukan fenomenologi sebagai disiplin ilmu yang berdiri sendiri.

1. Fenomenologi dan Logika

Seperti yang diterangkan dalam sejarah lahirnya fenomenologi, teori logika mengenai makna-lah yang membawa Husserl kepada “teori kesengajaan”, yang menjadi jantung fenomenologi. Dalam penjelasannya, fenomenologi menyebutkan bahwa kesengajaan dan tekanan semantic dari sebuah makna ideal dan proposisi itu berpusat pada teori logika. Sementara itu, logika yang terstruktur dapat ditemukkan pada bahasa, baik bahasa sehari-hari maupun dalam bentuk symbol-simbol, seperti logika predikat, matematika, dan bahasa computer.

1. Fenomenologi dan Etika

Fenomenologi mungkin saja memainkan peran penting dalam bidang etika dengan menawarkan analisis terhadap kehendak, penilaian, kebahagiaan dan perhatian terhadap orang lain (dalam bentuk simpati atau empati). Apabila menelaah sejarah fenomenologi, akan kita temukan bahwa etika menjadi tujuan akhir fenomenologi.

**2.1.3.3. Fenomenologi Alfred Schutz**

Schutz dengan segala latar belakangnya memberikan warna tersendiri dalam tradisi fenomenologi sebagai kajian ilmu komunikasi. Sebagai seorang ekonom yang suka dengan music dan tertarik dengan filsafat begitu juga beralih ke psikologi, sosiologi dan ilmu sosial lainnya terlebih komunikasi membuat Schutz mengkaji fenomenologi secara lebih komprehensif dan juga mendalam.

Schutz sering dijadikan *centre* dalam penerapan metodelogi penelitian kualitatif yang menggunakan studi fenomenologi. *Pertama*, karena melalui Schutz lah pemikiran dan ide Husserl yang dirasa abstrak dapat dijelaskan dengan lebih gambling dan mudah dipahami. *Kedua,* Schutz merupakan orang pertama yang menerapkan fenomenologi dalam penelitian ilmu sosial.

Dalam mempelajari dan menerapkan fenomenologi sosial ini, Schutz mengembangkan juga model tindakan manusia (*human of action*) dengan tiga dalil umum, yaitu :

* + 1. *The Postulate of logical consistency* (Dalil konsistensi logis)

Ini berarti konsistensi logis mengharuskan peneliti untuk tahu validitas tujuan penelitiannya sehingga dapat dianalisis bagaimana hubungannya dengan kenyataan kehidupan sehari-hari. Apakah bisa dipertanggunjawabkan ataukah tidak.

* + 1. *The postulate of subjective interpretation* (dalil interpretasi subyektif)

Menurut peneliti untuk memhami segala macam tindakan manusia atau pemikiran manusia dalam bentuk tindakan nyata. Maksudnya peneliti mesti memposisikan diri secara subyektif dalam penelitian agar benar-benar memahami manusia yang diteliti dalam fenomenologi sosial.

* + 1. *The postulate of adequacy* (dalil kecukupan)

Dalil ini mengamanatkan peneliti untuk membentuk konstruksi ilmiah (hasil penelitian) agar peneliti dapat memahami tindakan sosial individu. Kepatuhan terhadap dalil ini akan memastikan bahwa konstruksi sosial yang dibentuk konsisten dengan konstruksi yang ada dalam realitas sosial.

Schutz dalam mendirikan fenomenologi sosialnya telah mengawinkan fenomenologi transcendental-nya Husserl dengan konsep *verstehen* yang merupakan buah pemikiran Webber.

Jika Husserl hanya memandang filsafat fenomenologi (transedental) sebagai metode analisis yang digunakan untuk mengkaji ‘sesuatu yang muncul’, mengkaji fenomena yang terjadi di sekitar kita. Tetapi Schutz melihat secara jelas implikasi sosiologisnya dalam analisis ilmu pengetahuan, berbagai gagasan dan kesadaran. Schutz tidak hanya menjelaskan dunia sosial semata, melainkan menjelaskan berbagai hal mendasar dari konsep ilmu pengetahuan serta berbagai model teoritis dari realitas yang ada.

Dalam pandangan Schutz memang ada berbagai ragam realitas di dalamnya dunia mimpi dan ketidakwarasan. Tetapi realitas yang tertinggi itu adalah dunia keseharian yang memiliki sifat intersubyektif yang disebutnya sebagai *the life world.*

Menurut Schutz ada enak karakteristik yang sanat mendasar dari *the life world* ini, yaitu :

1. *Wide-awakeness*, ada unsure dari kesadaran yang berarti sadar sepenuhnya,
2. *Reality,* orang yakin akan eksistensi dunia,
3. Dalam dunia keseharian orang-orang berinteraksi,
4. Pengalaman dari seseorang merupakan totalitas dari pengalaman dia sendiri,
5. Dunia intersubyektif dicirikan terjadinya komunikasi dan tindakan sosial,
6. Adanya perspektif waktu dalam masyarakat.

Dalam *the life world* ini terjadi dialektika yang menperjelas konsep ‘ dunia budaya’ dan ‘kebudayaan’. Selain itu pada konsep ini Schutz juga menekankan adanya *stock of knowledge* yang memfokuskan pada pengetahuan yang kita miliki atau dimiliki seseorang. *Stock of knowledge* terdiri dari *knowledge of skills,* dan *useful knowledge*. *Stock of knowledge* merupakan merujuk pada content (isi), meaning (makna), intensity (intensitas), dan durasi (waktu). Schutz juga sangat menaruh perhatian pada dunia keseharian dan fokusnya hubungan antara dunia keseharian itu dengan ilmu, khususnya ilmu sosial.

Schutz mengakui fenomenologi sosialnya mengkaji tentang intersubyektivitasnya dan pada dasarnya studi mengenai intersubyektivitas adalah upaya untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan seperti:

1. Bagaimana kita mengetahui motif, keinginan, dan makna tindakan orang lain?
2. Bagaimana kita mengetahui makna atas keberadaan orang lain?
3. Bagaimana kita dapat mengerti dan memahami atas segala sesuatu secara mendalam?
4. Bagaimana hubungan timbal balik itu dapat terjadi?

Realitas intersubyektif bersifat sosial memiliki tiga pengertian, yaitu:

1. Adanya hubungan timbal balik atas dasar asumsi bahwa ada orang lain dan benda-benda yang diketahui oleh semua orang
2. Ilmu pengetahuan yang intersubyektif itu sebenarnya merupakan bagian ilmu pengetahuan sosial
3. Ilmu pengetahuan yang bersifat intersubyektif memiliki sifat distribusi secara sosial.

Ada beberapa tipifikasi yang dianggap penting dalam kaitan dengan intersubyektivitas, antara lain:

1. **Tipifikasi pengalaman** (semua bentuk yang dapati dikenali dan diidentifikasi, bahkan berbagai obyek yang ada di luar dunia nyata, keberadaannya didasarkan pada pengetahuan yang bersifat umum)
2. **Tipikasi benda-benda** (merupakan sesuatu yang kita tangkap sebagai sesuatu yang mewakili sesuatu)
3. **Tipikasi dalam kehidupan sosial** (yang dimaksudkan sosiolog sebagai *system, role status, role expevtation,* dan *institutionalization*itu dialami atau melekat pada diri individu dalam kehidupan sosial).

Schutz mengidentifikasikan empat realitas sosial, dimana masing-masing merupakan abstaksi dari dunia sosial dan dapat dikenali melalui tingkat imediasi dan tingkat determinabilitas. Ke-4 elemen itu diantaranya *umweld, mitwelt, folgewelt,* dan *vorwelt.*

1. ***Umwelt,***merujuk pada pengalaman yang dapat dirasakan langsung di dalam dunia kehidupan sehari-hari
2. ***Mitwelt,***merujuk pada pengalaman yang tidak dirasakan dalam dunia keseharian
3. ***Folgewelt,***merupakan dunia tempat tinggal para penerus atau generasi yang akan dating
4. ***Vorwelt,***dunia tempat tinggal para leluhur, para pendahulu kita.

Schutz juga mengatakan untuk meneliti fenomena sosial, sebaiknya peneliti merujuk pada empat tipe ideal yang terkait dengan interaksi sosial. Karena interaksi sosial sebenarnya berasal dari hasil pemikiran diri pribadi yang berhubungan dengan orang lain atau lingkungan. Sehingga untuk mempelajari interaksi sosial antara pribadi dalam fenomenologi digunakan empat tipe ideal berikut ini:

1. *The eyewitness* (saksi mata), seseorang yang melaporkan kepada peneliti sesuatu yang telah diamati di dunia dalam jangkauan orang tersebut
2. *The insider* (orang dalam), seseorang yang karena hubungannya dengan kelompok yang lebih langsung dari peneliti sendiri, lebih mampu melaporkan suatu peristiwa, atau pendapat orang lain. Dengan otoritas berbagi system yang sama relevansinya sebagai anggota lain dari kelompok. Peneliti menerima informasi orang dalam sebagai ‘benar’ atau ‘sah’, setidaknya sebagaian, karena pengetahuannnya dalam konteks situasi lebih dalam dari saya.
3. *The analyst* (analisis), sesorang yang berbagi informasi releva dengan peneliti, orang itu telah mengumpulkan informasi dan mengorganisasikannya sesuai dengan system relevansi
4. *The commentator* (komentator), Schutz menyampaikan juga empat unsure poko fenomenologi sosial yaitu:
5. Perhatian terhadap actor
6. Perhatian kepada kenyataan yang penting atau yang pokok dan kepada sikap yang wajar atau alamiah (*natural attitude*)
7. Memusatkan perhatian kepada masalah mikro
8. Memperhatikan pertumbuhan, perubahan, dan proses tindakan. Berusaha memahami bagaimana keteraturan dalam masyarakat diciptakan dan dipelihara dalam pergaulan sehari-hari.
   1. **Kerangka Pemikiran**

Penelitian ini menggunakan teori fenomenologi sebagai kerangka pemikiran yang akan menjadi tolak ukur dan dalam membahas dan memecahkan masalah yang ada dalam penelitian ini. Istilah fenomenologi mengacu pada sebuah benda, kejadian atau kondisi yang dilihat. Oleh karena itu, fenomenologi merupakan cara yang digunakan manusia untuk memahami dunia melalui pengalaman langsung. Dengan pemikiran, fenomenologi membuat pengalaman nyata sebagai data pokok sebuah realitas. Fenomenologi berarti membiarkan segala sesuatu menjadi sesuatu sebagaimana adanya.

Istilah fenomenologi di perkenalkan oleh Johan Heinrinkich. Meskipun demikian, yang menjadi pelopor fenomenologi adalah Edmund Husserl.

Husserl yang dikutip **Kuswarno** dalam bukunya **Fenomenologi**,menyatakan bahwa :

**Fenomenologi merupakan ilmu mengenai fenomena yang dibedakan dari sesuatu yang sudah menjadi, atau disiplin ilmu yang menjelaskan dan mengklarifikasi fenomena atau studi tentang fenomena yang tampak didepan kita dan bagaimana menampakannya (2009, h.1).**

Pendapat tersebut cukup memberikan gambaran bahwa bagaimana fenomena memunculkan hal-hal yang kita sadari kedalam diri kita, dan cara yang paling mendasar dari permunculan nya adalah senagao suatu aliran pengalaman-pengalaman inderawi yang berkesinambungan yang kita terima melalui panca indera kita.

Fenomena tiada lain adalah fakta yang disadari dan masuk kedalam pemahaman manusia. Jadi suatu objek tersebut ada dalam relasi dengan kesadaran, yang berkaitan dengan hal ini, maka fenomenologi merefleksikan pengalaman langsung manusia sejauh pengalaman itu secara intensif berhubungan dengan suatu objek. Jika dikaji lagi, fenomenologi berasal dari kata *‘phenomenon’* yang berarti relitas yang tampak dan *‘logos’* yang berarti ilmu. Sehingga secara terminology, fenomenologi adalah ilmu yang berorientasi untuk mendapatkan penjelasan tentang realitas yang tampak.

Tujuan utama dari fenomenologi adalah mempelajari bagaimana fenomena dialami dalam kesadaran, pikiran dan dalam tindakan, seperti bagaimana fenomena tersebut bernilai atau diterima secara etnis, karena fenomena itu sendiri tiada lain adalah fakta yang disadari dan masuk kedalam pemahaman manusia. Mengulas pokok-pokok pikiran **Schutz** mengenai fenomenologi antara lain sebagai berikut :

1. **Fenomenologi adalah realitas sendiri yang tampak**
2. **Tidak ada batas antara subjek dengan realitas**
3. **Kesadaran bersifat intensional**
4. **Terdapat interaksi antara tindakan kesadaran (noesis) dengan objek yang didasari (noema) (2009, h.12).**

Fenomenologi Schutz ini mempengaruhi filsafat kontemporer secara mendalam sekitar tahun 1950-an. Dengan demikian ambisi Husserl menjadikan fenomenologi sebagai cabang filsafat yang mampu melukiskan seluk beluk pengalaman manusia semakin menjadi kenyataan.

Kemudian penggunaan metode fenomenologi (*phenomenological method)* memfokuskan kepada pemahaman atau keberadaan manusia bukan sekedar pemahaman atas bagian yang spesifik atau perilaku khusus. Menurut **Stephen W Littlejohn** yang dikutip oleh **Engkus Koswara** dalam metode penelitian komunikasi bahwa ***“Phenomenology Makes Actual Lived Experience the Basic Data of Reality”* (1996, h.204).**

Jadi, fenomenologi menjadikan pengalaman yang sesungguhnya sebagai data dari realitas, sebagai suatu gerakan dalam berfikir fenomenologi *(Phenomenology)* dapat diartikan sebagai studi tentang pengetahuan yang timbul karena rasa kesadaran ingin mengetahui. Objek pengetahuan berupa gejala atau kejadian dialami melalui pengalaman secara sadar (*Concious Experience*).

Teori Schutz juga menjadi penerapan metodologi penelitian kualitatif yang menggunakan studi fenomenologi. Karena melalui Schutz pemikiran dan ide Husserl yang dirasa abstrak dapat dijelaskan dengan lebih gamblang dan mudah dipahami. Schutz juga merupakan orang pertama yang menerapkan fenomenologi dalam penelitian ilmu sosial.

Dalam mempelajari dan menerapkan fenomenologi sosial ini, Schutz mengembangkan juga model tindakan manusia (*human of action)*dengan tiga dalil umum yaitu:

a. *The postulate of logical consistency* (Dalil Konsistensi Logis)

Ini berarti kosistensi logis mengharuskan peneliti untuk tahu validitas tujuan penelitiannya sehingga dapat dianalisis bagaimana hubungannya dengan kenyataannya kehidupan sehari-hari. Apakah bisa dipertanggung jawabkan ataukah tidak.

b. *The postulate of subjective interpretation* (Dalil Interpretasi Subyektif)

Menuntut peneliti untuk memahami segala macam tindakan manusia atau pemikiran manusia dalam bentuk tindakan nyata. Maksudnya peneliti mesti memposisikan diri secara subyektif dalam penelitian agar benar-benar memahami manusia yang diteliti dalam fenomenologi sosial.

c. *The postulate of adequacy* (Dalil Kecukupan)

Dalil ini mengamanatkan peneliti untuk membentuk konstruksi ilmiah (hasil penelitian) agar peneliti bisa memahami tindakan sosial individu. Kepatuhan terhadap dalil ini akan memastikan bahwa konstruksi sosial yang dibentuk konsisten dengan konstruksi yang ada dalam realitas sosial.

Dari hal diatas dapat ditarik beberapa poin untuk dijadikan acuan penelitian dalam fenomena penggunaan aplikasi GO-FOOD di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pasundan Bandung.Yang pertama adalah minat penggunaan aplikasi GO-FOOD di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pasundan Bandung. Kedua, motif penggunaan aplikasi GO-FOOD di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pasundan Bandung. Ketiga, perilaku mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pasundan Bandung dalam menggunakan aplikasi GO-FOOD.

Dalam bersosialisasi manusia tentu harus berkomunikasi dengan orang lain, demi terciptanya hubungan, baik itu hubungan tatap muka secara langsung maupun tidak langsung yakni menggunakan media komunikasi. Namun dalam komunikasi tidak langsung diperlukan media komunikasi baru, media komunikasi ini tidak menyita waktu dan tempat bagi mereka. Dimanapun dan kapanpun mereka berada mereka masih tetap dapat berkomunikasi. Salah satunya dengan menggunakan media online dalam bentuk aplikasi.

Aplikasi merupakan suatu program yang siap untuk digunakan yang dibuat untuk melaksanakan suatu fungsi bagi pengguna jasa aplikasi serta penggunaan aplikasi lain yang dapat digunakan oleh suatu sasaran yang akan dituju. Aplikasi yang dijalankan dalam *smartphone* biasanya kinerjanya didukung oleh penggunaan internet pula. Dengan adanya aplikasi segala hal dapat dilakukan dengan mudah, salah satunya mempermudah berkomunikasi pula. Banyaknya aplikasi membuat beberapa aplikasi *smartphone* memiliki ciri khas dan keunggulan masing-masing sehingga masing-masing aplikasi *smartphone* memiliki keunikan tersendiri untuk dapat diminati dan dinikmati para penggunanya. Oleh karena itu masyarakat sangat bergantung pada aplikasi *smartphone.*

Aplikasi *smartphone* yang saat ini dapat dikatakan sedang *“happening”* yaitu aplikasi GO-FOOD sebuah fitur dari GO-JEK.

GO-JEK adalah sebuah layanan booking ojek melalui aplikasi GO-JEK yang bisa didownload di Smartphone android & iPhone. GO-JEK adalah solusi utama dalam pengiriman barang, pesan antar makanan, berbelanja, dan bepergian di tengah kemacetan.

GO-FOOD adalah fitur yang memungkinkan pengguna untuk memesan makanan dari berbagai pilihan restoran yang disesuaikan dengan lokasi. Fitur ini merupakan pengembangan dari Go-Jek yang berbasis transportasi. Kurir pengantar makanan pun merupakan pengemudi Go-Jek.

Aplikasi *smartphone* GO-FOOD disini adalah sebuah fitur dari GO-JEK yaitu suatu media penyampai informasi bagi para pengguna ojek kepada *driver* GO-JEK untuk melakukan pengiriman barang, pesan antar makanan, berbelanja, dan tentunya sebagai sarana trasnportasi GO-JEK. Dengan adanya aplikasi ini, pengguna GO-FOOD akan lebih mudah dalam mencari sebuah transportasi tempat makan atau restoran dimanapun kita berada saat itu.

Dari keterangan diatas dapat disimpulkan bahwa seseorang dapat melakukan komunikasi dengan melalui perantara aplikasi *smartphone* GO-FOOD sehingga lebih mudah dan praktis dalam melakukan sebuah transaksi belanja dan transportasi. Bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pasundan Bandung, GO-FOOD digunakan sebagai alat yang mempermudah komunikasinya dengan *driver* GO-JEK.

Dari semua uraian konsep diatas, maka dapat digambarkan dalam bagan kerangka sebagi berikut :

**Gambar 2.2. Bagan Kerangka Pemikiran**

**“FENOMENA PENGGUNAAN APLIKASI GO-FOOD SEBAGAI LAYANAN *FOOD DELIVERY* DI KALANGAN MAHASISWA FISIP UNIVERSITAS PASUNDAN BANDUNG”**

FENOMENOLOGI

(Alfred Schutz)

Makna

Tindakan

Motif

Sumber : Alfred Schutz, dan Hasil Modifikasi Peneliti 2018